

※赤字が追加した部分（第4回意見）

①登呂エリアに来てもらう

登呂エリアのブランディング

- ・「弥生時代」を軸としたブランディングの検討
- ・「デザイン」をキーワードとした芹沢銈介のブランドイメージの再構築・PR
- ・若い世代もターゲットとした新しいブランドイメージの構築
- ・登呂エリアとその周辺地域の一体的なブランドイメージの構築
- ・インバウンド客をターゲットとしたブランディングの検討
- ・各施設の市としての活用方策の明確化
- ・各施設の持つ魅力のさらなるみがきあげ
- ・「目指す姿」の実現に向けたターゲット別の戦略の整理

SNS等を活用した効果的な情報発信

- ・市のSNSアカウントへの投稿等による積極的な情報発信
- ・来場者自らがSNS等で情報を発信しなくなる工夫（フォトスポットの設定など）
- ・インバウンド客の誘致も見据えたHP等の多言語化

観光客（インバウンド客）の受入体制の充実

- ・観光案内所の場所のわかりやすい表示・誘導

市内外の観光施設等とのネットワーク化

- ・「(仮称)歴史文化施設」を中心とした市内の歴史・文化施設のネットワーク化
- ・市外の観光施設等も含めた観光ルートの構築・PR

交通アクセスの利便性の向上

- ・主要駅等における登呂エリアまでのアクセスのわかりやすい表示
- ・新スマートインターチェンジからの誘客のための仕掛け
- ・観光客の高揚感を高める動線（石田街道など）の雰囲気づくり
- ・公共交通機関の利便性の向上
- ・駐車場の規模や料金等の検討、駐輪場の設置

②訪れた人が楽しむ

弥生時代を感じられる非日常的な景観・空間づくり

- ・景観の調和を図るための植樹
- ・来場者を景観の一部に組み込む工夫（貫頭衣の着用など）

来場者がゆっくりと時間を過ごせる場所の設置

- ・弥生時代を感じられる景観を楽しみながらゆっくりと飲食ができる施設等の設置
- ・景観に優れた登呂博物館屋上スペースの活用

観光客に高揚感を与えるミュージアムショップ

- ・デザイン性に優れた内装、商品等により観光客に高揚感を与えるショップ

遺跡に泊まれる特別な体験の提供

- ・遺跡内でキャンプ等により宿泊できる機会の提供
- ・「まちは劇場」プロジェクトとの連携

イベント等の会場としての積極的な活用

- ・遺跡という特別感を活かした質の高いイベント等の開催
- ・芹沢銈介に関連する「デザイン」「ものづくり」などをテーマとしたイベントの開催

弥生時代を想像しながら学べる体験の提供

- ・火起こし等の体験の中で、弥生時代の「わかっていること」も伝えることで、想像の広がりや余韻を楽しめるものとする

各施設が持つ価値を効果的に伝える展示・動線

- ・各施設が持つ価値を余すところなく伝える展示や動線等の工夫
- ・登呂遺跡・登呂博と芹美それぞれへの来場者をもう一方へ誘導する工夫

登呂エリア周辺への店舗等の出店

- ・かつての土産物屋の跡地など、民有地も含めた登呂エリア周辺への店舗等の出店

③地域に対する誇りを育む

歴史ロマンを感じる「物語」の発信

- ・登呂遺跡の発見・発掘が戦後の日本に希望の光をもたらしたことなど、その価値を「物語」としてすべての来場者に伝える工夫

学校との連携によるシビックプライドの土壌づくり

- ・小・中学校の授業等における伝え方の工夫
- ・市内の高校、大学と連携した取組

地域住民（市民）のニーズの掘り起こしと行政のバックアップ

- 〔※前提として、行政が本気で登呂エリアの活性化に取り組む〕
姿勢を示すことが重要
- ・地域住民（市民）が登呂エリアを活用して何をしたいかを掘り起こす
- ・ニーズの実現に向けた行政の全面的なバックアップ

地域住民（市民）を巻き込んだ取組の実施

- ・植樹や田植えをする際に市民から参加者を募るなど、登呂エリアでの取組に関わることで愛着を持ってもらう

具体的なイメージ

期待する変化

目指す姿

登呂遺跡・登呂博物館・芹沢銈介美術館に人（観光客、地域住民等）が多く訪れる／何度も訪れる

- ・各施設に人が訪れることで周辺地域にも人が流れ、登呂エリア内外への民間参加が促進される
- ・訪れた人による登呂エリア内外での消費活動が活発化する

- ・訪れた人が展示や体験等を通して登呂エリアの価値を再認識する
- ・地域住民が自ら登呂エリアの価値を発信する／価値の保全に関わる／価値を継承していく

！ 「期待する変化」を「目指す姿」の実現にどのように繋がたらよいか？（不足している視点はないか）

稼げる施設（文化力を経済力へ）

市民が誇りを持てる施設（シビックプライドの醸成）